



Tirada: 30000		Superficie: 83 cm²	
Difusión: 28000		Ocupación: 13.31%	
Audiencia: 98000		Valor: 370,36 €	
Ref: 12197876		Página: 61	
	Nacional Mensual Economía		1 / 1
	1^a Edición 01/10/2020		

El plan de marketing en la práctica

Autor: José María Sainz de Vicuña Ancín

Editorial: ESIC

El libro está escrito con la voluntad de ofrecer a la alta dirección de cualquier empresa que sienta la necesidad de sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que le conduzca paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración de un plan de marketing. Esta vigésimo tercera edición presenta cuatro planes de marketing de empresas pertenecientes a diversos sectores de actividad: industriales, de servicios, productores de bienes de consumo, etc. La proximidad de los casos examinados garantiza una lectura amena, didáctica y práctica.

